

ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี

Marketing mix and the quality of service influence on the decision making to
use the services of Chao Phraya Yommarat Hospital, Suphanburi province

ลัดดาวัลย์ สำราญ¹ ไสรยา สุภาพล^{1*} ภาคภูมิ พันธุ์ทับทิม¹ และ ธนภัทร ขาววิเศษ¹
Laddawan Someran¹, Soraya Supaphol^{1*}, Phakpoom Phantuptim¹ and Thanapat Khaowisade¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้เข้ามาใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง ที่สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากผู้ที่มีสิทธิ์ให้ข้อมูล เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบถดถอยพหุคูณ โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ และด้านผลผลิตและคุณภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช

Abstract

The objective of this research was to study the decision making to use the health service at Chao Phraya Yommarat Hospital, Suphanburi province. The sample group was 400 out patients at the hospital, which were selected by purposive sampling. The tool for data collection was a set of questionnaire. Mean, standard deviation, multiple regression analysis with the critical level of 0.05 were used for data analysis. The findings were as follows: The level of opinion concerning the marketing mix as a whole was at the high level. The level of opinion concerning the service quality as a whole was at the high level. The level of opinion towards the decision making to use the

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี

¹ Faculty of Business administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Suphanburi

* Corresponding author. E-mail: soraya_784@hotmail.com

hospital service as a whole was also at the high level. The results of the hypothesis testing revealed that the marketing mix factors of; the service personnel, the physical elements, the trust worthiness feature, the customer responsiveness, and customers care and understanding influenced the decision to use the services of the Chao Phraya Yommarat Hospital, Suphanburi.

Keywords: marketing mix, quality of services, decision to use the service, Chao Phraya Yommarat Hospital

บทนำ

ในปัจจุบันสถานการณ์โลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงด้านการรักษาพยาบาล ผู้รับบริการทางการแพทย์มีแนวโน้มในการดูแลและให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพร่างกายมากขึ้น รวมถึงให้ความสำคัญในการป้องกันโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ โดยนิยมเข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปีมากขึ้น ซึ่งต่างจากในอดีตที่ต้องรอให้เกิดอาการหรือโรคขึ้นจึงจะไปพบแพทย์ โรงพยาบาลไม่ได้เป็นเพียงสถานที่เพื่อรับการวินิจฉัยและรักษาโรคเท่านั้น และหัวใจสำคัญของทุกขั้นตอนที่เกิดขึ้นคือการดูแลผู้ป่วย ซึ่งมีความอ่อนแอทางกายและทางใจ อีกทั้งยังต้องถูกแยกห่างจากความสะดวกสบายที่มีในชีวิตประจำวันตามปกติ ดังนั้นคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ป่วย จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการฟื้นฟูสุขภาพของผู้ป่วย เมื่อสถานพยาบาลตระหนักว่าบริการด้านการบริหารทรัพยากรกายภาพที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาความเชี่ยวชาญ การสร้างสภาพแวดล้อมที่สะดวกสบายและเหมาะสำหรับการดูแลรักษาผู้ป่วย จึงมีความสำคัญกับการบริหารงานของโรงพยาบาล (Deephisansakun, 2013)

โรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ ซึ่งเป็นสถานที่ของภาครัฐจึงมีข้อจำกัด ด้านทรัพยากรมากกว่าภาคเอกชนที่มีการให้บริการที่ดีกว่าและมีการแข่งขัน

การให้บริการสูง เมื่อกล่าวถึงโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ ยมราช จะปรากฏในเรื่องของจำนวนผู้เข้ามาใช้บริการสูง คือ ตั้งแต่ปี 2553-2557 ผู้เข้ามารับบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ ยมราชมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี พบว่าปี 2553 มีจำนวนผู้ป่วยนอกมารับบริการ 435,363 ครั้ง และในปี 2557 มีจำนวนผู้ป่วยนอกมารับบริการเพิ่มเป็น 682,590 ครั้ง คิดเป็นการเพิ่ม 56.79 เปอร์เซ็นต์ (กลุ่มงานสารสนเทศทางการแพทย์โรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ ยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี, 2558) และมีการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ผู้เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้น้อยและข้าราชการที่สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ และในปัจจุบันผู้ใช้บริการกลุ่มนี้มีมากขึ้นเรื่อยๆ จึงทำให้โรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ ยมราชเปรียบเสมือนที่พึ่งที่สำคัญเวลาที่ประชาชนทั่วไปในเขตจังหวัดสุพรรณบุรีเจ็บป่วยหรือไม่สบาย ในทางกลับกันขณะที่ผู้มีรายได้น้อยกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นข้อจำกัดด้านต่างๆ ก็เพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน จนส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ ยมราชจะมีการดูแลเอาใจใส่ผู้ป่วยได้ไม่ทั่วถึง เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้บริการมีมากขึ้น บุคลากรภายในโรงพยาบาลมีไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้เข้ามาใช้บริการ บางครั้งที่ผู้ใช้บริการต้องใช้เวลาในการเข้ามารับบริการ ส่วนเรื่องยาและเวชภัณฑ์ งบประมาณที่

ทางรัฐบาลจัดสรรให้บางครั้งก็อาจไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายในการสั่งซื้อสิ่งของจำเป็นประเภทยาและเวชภัณฑ์ (จารุณี ดาวังปา และมณีนรัตน์ ภาครูป, 2560) จากปัญหาดังกล่าว จึงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช ความไม่สอดคล้องของความต้องการกับบริการที่ได้รับเป็นผลให้ความต้องการของผู้ใช้บริการไม่ได้รับการตอบสนองอย่างแท้จริงทำให้ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจเมื่อได้รับการบริการไม่มีคุณภาพไม่ตรงตามที่คาดหวัง ฉะนั้นจึงเป็นหน้าที่ของโรงพยาบาลที่จะให้บริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ ซึ่งความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นพื้นฐานสำคัญในการประเมินคุณภาพของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราชและมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการมีผลต่อการรักษาและมีประสิทธิภาพของการพยาบาลเป็นผลดีต่อชื่อเสียงของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราชและสถาบัน ถ้าไม่สามารถให้บริการที่ดีได้อย่างทั่วถึงไม่เป็นที่พึงพอใจอย่างจะเป็นพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลเป็นไปในทางลบ เกิดผลเสียต่อการรักษาของโรงพยาบาลและต่อสถาบันได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการพัฒนาด้านคุณภาพและการให้บริการ รวมถึงเทคโนโลยีทางการแพทย์ และปรับปรุงการดำเนินงาน

ของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช ให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล และการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้เข้ามาใช้บริการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี

2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ อย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้เข้ามาใช้บริการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาในครั้งนี้ได้ศึกษาเอกสารแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์กับงานวิจัยที่ศึกษาคือ ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี จึงทำให้ได้กรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงใน (Figure 1)

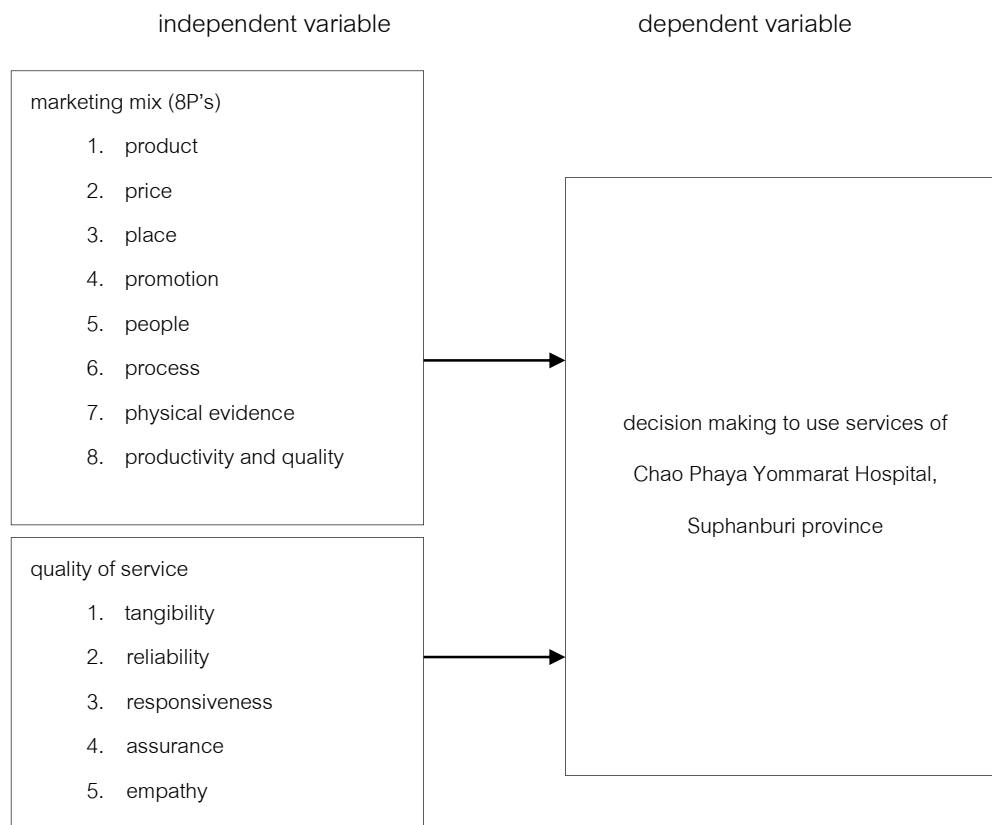


Figure 1 Conceptual framework.

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้เข้ามาใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนลูกค้าที่แน่นอน และกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้เข้ามาใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี โดยการจึงได้ใช้สูตร Cochran (1953) ได้จำนวน 385 คน และเพื่อให้ข้อมูลมีความชัดเจนมากขึ้น จึงเก็บแบบสอบถามเพิ่มเป็น จำนวน 400 คน กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 5 เปอร์เซนต์ และใช้การสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงจากผู้ที่สมัครใจให้ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ได้นำเครื่องมือมาใช้ คือ แบบสอบถาม มีลักษณะโครงสร้างประกอบไปด้วยคำถามชนิดปลายปิด และปลายเปิด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับความคิดเห็น คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) และการแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ความคิดเห็นที่แต่ละด้าน ดังนี้ 4.50-5.00 (เห็นด้วยมากที่สุด) 3.50-4.49 (เห็นด้วยมาก) 2.50-3.49 (ปานกลาง) 1.50-2.49 (น้อย) และ 1.00-1.49 (เห็นด้วยน้อยที่สุด)

ทั้งนี้แบบสอบถามมีค่าความตรงตามเนื้อหา โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้องระหว่าง ข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (item objective congruence index: IOC) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมี ค่ามากกว่า 0.50 และแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha-coefficient) ตามวิธีของครอนบาค พบว่า ทุกด้านมี ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ อยู่ที่ 0.964 จึงจะถือได้ว่าแบบสอบถามมีความ น่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่าง เหมาะสม

การเก็บข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการ นำแบบสอบถามแจกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และ นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความครบถ้วนเพื่อนำไปศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้ศึกษา เอกสาร หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อนำมา

ประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสอบถามเพื่อให้เนื้อหา ครอบคลุมและตรงตามวัตถุประสงค์หลักของวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (influential statistic) ได้แก่ การใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและ คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน- มาตรฐาน ได้ผลการศึกษา ดังนี้

1. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี ดัง (Table 1)

Table 1 The average and standard deviation of the marketing mixes factor.

marketing mix (8p's)	$\bar{x}$	S.D.	results	order
1. product	3.97	0.54	high	7
2. price	4.09	0.53	high	2
3. place	4.09	0.60	high	3
4. promotion	4.05	0.59	high	6
5. people	4.07	0.58	high	4
6. process	3.80	0.62	high	8
7. physical evidence	4.10	0.57	high	1
8. productivity and quality	4.05	0.55	high	5
total	4.03	0.40	high	

จาก (Table 1) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีความสำคัญ คือ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และ

ด้านมีความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

2. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ดัง (Table 2)

Table 2 The average and standard deviation of the quality of service factor.

quality of service	$\bar{X}$	S.D.	results	order
1. tangibility	4.12	0.57	high	1
2. reliability	4.03	0.56	high	3
3. responsiveness	3.93	0.62	high	5
4. assurance	4.10	0.60	high	2
5. empathy	4.02	0.64	high	4
total	4.04	0.46	high	

จาก (Table 2) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าสูงที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

และด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

3. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ดัง (Table 3)

Table 3 The average and standard deviation of decision making for using the services Chao Phraya Yommarat hospital, Suphanburi province factor.

decision making for using the services Chao Phraya Yommarat hospital, Suphanburi province	$\bar{X}$	S.D.	results	order
1. doctor's service effect to the decision making to use service of chao phraya yommarat hospital	4.17	0.70	high	1
2. doctor effect to the decision making to use service of chao phraya yommarat hospital	4.05	0.66	high	4
3. the trust effect to the decision making to use service of chao phraya yommarat hospital	4.14	0.71	high	3

Table 3 The average and standard deviation of decision making for using the services Chao Phraya Yommarat hospital, Suphanburi province factor (continue).

decision making for using the services Chao Phraya Yommarat hospital, Suphanburi province	$\bar{x}$	S.D.	results	order
4.fast service effect to the decision making to use service of chao phraya yommarat hospital	4.04	0.72	high	5
5.customer's confidence effect to decision making to user service of chao phraya yommarat hospital	4.17	0.75	high	2
total	4.11	0.48	high	

จาก (Table 3) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าสูงที่สุด คือ การบริการจากบุคลากรทางการแพทย์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือ การบริการที่สะดวกรวดเร็ว มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการทดสอบสมมติฐานของส่วนประสมทางการตลาดอย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้เข้ามาใช้บริการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ จังหวัดสุพรรณบุรี มีดังนี้

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นโดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ในการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ จังหวัดสุพรรณบุรี

โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง โดยที่เทคนิควิธีการนี้มีเงื่อนไขที่ทำได้ดังต่อไปนี้

1) ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อน มีค่าเท่ากับ 0 โดยวิธีการกำลังสองน้อยที่สุด จะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 เสมอ

2) การตรวจสอบจากปัญหา multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมดจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายๆ ตัวด้วยค่าสถิติ collinearity statistics ผลที่ได้มี 2 ค่า คือ ค่า tolerance อยู่ระหว่าง 0.451-0.714 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า variance inflation factor (VIF) อยู่ระหว่าง 1.400-2.219 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา multicollinearity หรือไม่เกิดสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ

3) การตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 0.128-0.604 (r น้อยกว่า 0.80) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2550) ซึ่งปรากฏว่าทุกคู่มีความสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 แสดงถึงตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีปัญหา multicollinearity

4) ความคาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน โดยพิจารณาจากค่า Durbin-Watson มีค่า 1.775 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50-2.50 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) แสดงว่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกัน

เมื่อทดสอบเงื่อนไขข้างต้น สรุปได้ว่าชุดข้อมูลเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด จึงวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี

Table 4 The result of multiple regression analysis of independent variables that use to forecast decision making to use the services of Chao Phraya Yommarat hospital.

marketing mix (8P's)	B	S.E.b.	β	t	p
1. product	0.104	0.054	0.116	1.937	0.053
2. price	-0.059	0.050	-0.066	-1.183	0.237
3. place	0.047	0.039	0.059	1.202	0.230
4. promotion	-0.047	0.043	-0.059	-1.104	0.270
5. people	0.164	0.046	0.197	3.585**	0.000
6. process	-0.007	0.040	-0.009	-0.168	0.867
7. physical evidence	0.164	0.049	0.194	3.351**	0.001
8. productivity and quality	0.231	0.054	0.264	4.263**	0.000
constant	1.693	0.206		8.201	0.000
R = 0.571 adjusted R square = 0.326 SE. est. = 0.312					

* p < 0.05, ** p < 0.01

จาก (Table 4) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยที่ตัวแปรอิสระร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 32.60 โดยพิจารณาจากค่า adjusted R square เท่ากับ 0.326 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ และด้านผลผลิตและคุณภาพ มีค่า b=0.164, 0.164 และ 0.231 ตามลำดับ หมายความว่า จำนวนของแต่ละด้านเพิ่มขึ้น 1 หน่วย การตัดสินใจเลือกใช้บริการจะ

เพิ่มขึ้น 0.164, 0.164 และ 0.231 ตามลำดับ แสดงว่าส่วนประสมทางการตลาด อย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานของคุณภาพการให้บริการอย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้เข้ามาใช้บริการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี มีดังนี้

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นโดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ในการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้เข้ามาใช้บริการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง โดยที่เทคนิควิธีการนี้มีเงื่อนไขที่ทำได้ดังต่อไปนี้

1. ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อน มีค่าเท่ากับ 0 โดยวิธีการกำลังสองน้อยที่สุด จะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 เสมอ

2. การตรวจสอบจากปัญหา multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมดจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายๆ ตัวด้วยค่าสถิติ collinearity statistics ผลที่ได้มี 2 ค่า คือ ค่า tolerance อยู่ระหว่าง 0.526-0.645 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า variance inflation factor (VIF) อยู่ระหว่าง 1.549-1.900 ซึ่งมีค่า

น้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา multicollinearity หรือไม่เกิดสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ

3. การตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 0.388-0.597 (r น้อยกว่า 0.80) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2550) ซึ่งปรากฏว่า ทุกคู่มีความสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 แสดงถึงตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีปัญหา multicollinearity

4. ความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน โดยพิจารณาจากค่า Durbin-Watson มีค่า 2.016 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50-2.50 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2550) แสดงว่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกัน

เมื่อทดสอบเงื่อนไขข้างต้น สรุปได้ว่าชุดข้อมูลเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด จึงวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้เข้ามาใช้บริการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี

Table 5 The result of multiple regression analysis of independent variables that use the forecasts the quality of service factor.

quality of service	b	S.E.b.	β	t	p
1. tangibility	-0.011	0.042	-0.013	-0.252	0.801
2. reliability	0.273	0.040	0.320	6.807**	0.000
3. responsiveness	0.159	0.037	0.205	4.294**	0.000
4. assurance	0.045	0.039	0.056	1.134	0.258
5. empathy	0.205	0.039	0.273	5.253**	0.000
constant	1.422	0.164		8.665	0.000
R = 0.662		adjusted R square = 0.438		SE. est. = 0.431	

*p < 0.05, **p < 0.01

จาก (Table 5) พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยที่ตัวแปรอิสระร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 43.80 โดยพิจารณาจากค่า adjusted R square เท่ากับ 0.438 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ มีค่า $b=0.273, 0.159$ และ 0.205 ตามลำดับ หมายความว่า จำนวนของแต่ละด้านเพิ่มขึ้น 1 หน่วย การตัดสินใจเลือกใช้บริการจะเพิ่มขึ้น 0.273, 0.159 และ 0.205 ตามลำดับ แสดงว่า คุณภาพการให้บริการ อย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพและด้านผลผลิตและคุณภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1 ด้านบุคลากรในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ จังหวัดสุพรรณบุรี มีบุคลากรในการบริการที่มีคุณภาพในการให้บริการ เช่น บุคลากรมีความกระตือรือร้น มีมารยาทที่ดีในการให้บริการ สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรักษาได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา พะนา (2550) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้

บริการโรงพยาบาลพบว่า ด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล

1.2 ด้านองค์ประกอบทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ จังหวัดสุพรรณบุรี มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ครบวงจรและมีคุณภาพ นอกจากนี้โรงพยาบาลยังมีบริเวณในการนั่งรอเพื่อรับบริการอย่างเพียงพอ และภายในโรงพยาบาลก็มีการจัดระเบียบเพื่อให้ผู้รับบริการมาใช้บริการง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทนา รักษนา (2556) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงพยาบาล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา พะนา (2550) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล พบว่า ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล

1.3 ด้านผลผลิตและคุณภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโรงพยาบาลเจ้าพระยาฯ จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถรักษาผู้มารับบริการได้ตรงตามความต้องการ นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลยังมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิกานต์ คงคล้าย และธัญเทพ ยะติวัฒน์ (2559) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักแรมพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อการเลือกที่พักแรม

2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ พบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมหาราช จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมหาราช จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมหาราช จังหวัดสุพรรณบุรี มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์มีความทันสมัย แม่นยำ และมีคุณภาพ สร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้รับบริการได้ นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลก็ให้การบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมฤดี ธรรมสุริ (2554) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราณปรียา รัศมีแข (2559) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลคุณภาพในด้านบริการ ความเชี่ยวชาญด้านการแพทย์ สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และความภักดีต่อตราสินค้าพบว่า ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบาล

2.2 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมหาราช จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมหาราช จังหวัดสุพรรณบุรี มีทำเลที่ตั้งที่

สามารถเดินทางมารับบริการง่าย นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมหาราชก็มีความพร้อมทั้งด้านเครื่องมือ บุคลากร สภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมนวรรณ มั่นมาก และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลพบว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราณปรียา รัศมีแข (2559) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลคุณภาพในด้านบริการ ความเชี่ยวชาญด้านการแพทย์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้า ผลการวิจัยพบว่า ด้านการตอบสนองมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบาล

2.3 ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมหาราช จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมหาราช จังหวัดสุพรรณบุรี มีการดูแลเอาใจใส่ในการรักษาของแพทย์ที่คอยติดตามอาการของผู้เข้ามาใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมหาราช และตอบคำถามเกี่ยวกับการรักษาของผู้เข้ามาใช้บริการด้วยความเต็มใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมฤดี ธรรมสุริ (2554) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลพบว่า ด้านความเห็นอกเห็นใจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล

สรุป

สำหรับผลการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูธร จังหวัดสุพรรณบุรี โดยประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยนี้ คือ ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูธร จังหวัดสุพรรณบุรี และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแผนงานในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูธร จังหวัดสุพรรณบุรี หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไปพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ และด้านผลผลิตและคุณภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูธร จังหวัดสุพรรณบุรี (adjusted R square=0.326) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูธร จังหวัดสุพรรณบุรี (adjusted R square=0.438)

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านบุคลากรในการผู้บริหารโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูธรควรมีแพทย์หรือพยาบาลที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับโรคและการรักษาแก่ผู้ป่วยให้มากยิ่งขึ้น เพื่อที่จะให้การบริการและการรักษาเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ผู้บริหารโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูธรควรมีการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรให้เข้าใจในกระบวนการให้บริการ และมาตรฐานการบริการ เพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญแก่บุคลากร และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้บริหารโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูธรควรมีเพิ่มจำนวนบุคลากรทุกหน่วยงานให้มีการฝึกฝนทักษะการบริการที่รวดเร็ว และมีการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน และทันสมัย เพื่อลดระยะเวลาการรอคิวของไข้เข้ามาใช้บริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ผู้บริหารโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูธรควรมีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรผ่านการจัดทำเป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม เพื่อให้ผู้เข้ามาใช้บริการรู้สึกเป็นส่วนสำคัญ

คำขอบคุณ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ที่ได้สนับสนุนงบประมาณสำหรับการดำเนินงานวิจัย ซึ่งเป็นทุนวิจัยหมวดเงินกองทุนส่งเสริมงานวิจัย และขอขอบคุณโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูธร จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูล จนกระทั่งงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กมนวรรณ มั่นมาก, และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). คุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ*, 3(1), 256-274.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กลุ่มงานสารสนเทศทางการแพทย์ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดสุพรรณบุรี. (2558). *รายงานประจำปีงบประมาณ 2557 สถิติผู้ป่วยและงานบริการรักษาพยาบาล*. สืบค้น 12 กันยายน 2561, จาก <https://yrh.moph.go.th/department/ict/index.php>
- จันทนา รักษานาค. (2556). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการ ครั้งที่ 4 เรื่องการวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมไทย* (น. 99-104). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- จารุณี ดาวังป่า, และมณีนรัตน์ ภาคฐป. (2560). คุณภาพบริการพยาบาลตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ป่วยประกันสังคมโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 11(2), 215-225.
- จิตติมา พะนา. (2550). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.
- ปราณปรียา รัตมีแซ. (2559). *การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพในด้านบริการ ความเชี่ยวชาญด้านการแพทย์ สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และความภักดีต่อตราสินค้า: กรณีศึกษาการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบาล เขตราชเทวี (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศุทธิกานต์ คงคล้าย, และธัญเทพ ยะดิวัฒน์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดภูเก็ต. ใน *การประชุมสัมมนาวิชาการราชภัฏนครสวรรค์วิจัย ครั้งที่ 1* (น. 1011-1022). นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- สมฤดี ธรรมสุวรรณ์. (2554). *ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร (การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโท)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Deephisansakun, P. (2013). Expectation and perception of the clients about the service quality of the hospital. *Veridian E-Journal*, 6(1), 573-592.